县市电视台传统媒体与新媒体融合发展研究
——以《民生 8331890》为例

刘晓梅
（吕梁广播电视台，山西 吕梁 033000）

摘　要：信息技术创新极大地促进了媒体行业的发展。随着新媒体时代的到来，作为传统媒体，县市电视台面临着新的挑战和新的机遇，如何在抓住新媒体时代的发展机遇，在新媒体的挑战下获得突破是县市电视台必须认真思考的问题，也是本文讨论的重点。作为县市级电视台，吕梁广播电视台同样也面临着新媒体的挑战。本文以吕梁广播电视台《民生 8331890》节目为切入点，分析其媒体融合发展现状及存在的问题，提出县市级电视台传统媒体与新媒体融合发展的实践路径，希望本文的研究成果能为县市电视台传统媒转型提供有价值的参考。

关键词：广播电视台；传统媒体；新媒体；民生 8331890；融合发展　　**中图分类号：**G632　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）02-131-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.02.040
本文著录格式：刘晓梅 . 县市电视台传统媒体与新媒体融合发展研究——以《民生 8331890》为例 [J]. 中国传媒科技，2022（02）：131-133.

在我国的电视广播系统中，广播电视台分为四个层级：中央级、省级、地市级以及县级。通常，县级和市级电视台统称为“县市电视台”。县市电视台作为城市宣传的重要媒介，担负着城市的内外宣传和文化建设，它随着城市的发展而发展。截至 2016 年 11 月，中国有 293 个地级市，县市电视台数量远远超过其他级别电视台的总数。由于中国城乡二元结构的存在，城市是各级各类媒体的主战场，城市电视网络处于竞争激烈的环境中。县市电视台面临来自基层电视台的压力，不仅要在同一领域争夺受众和推广传统媒体，还要面对互联网、手机等新媒体的挑战。作为县市电视台，吕梁广播电视台也面临着同样的发展困境。面对日益严峻的新媒体挑战，吕梁广播电视台也在努力抓住机遇，整合传统媒体和新媒体。本文以吕梁广播电视台《民生 8331890》节目为切入点，考察县市电视台传统媒体在新媒体环境中的媒介融合发展，分析县市电视节目与新媒体融合的发展问题及应对策略。

1.《民生 8331890》概况

2014 年上旬，《第一民生》创办，《民生 8331890》作为日播节目同步上线，《民生 8331890》自跟观众见面以来，一直以“服务民生”为宗旨，架起了政府和百姓之间的桥梁。截至 2020 年 10 月，《民生 8331890》共接到观众诉求电话 30210 条，记录问题 15120 条，解决问题 11080 条，共计播出 7600 条，解决率 79%。涉及食品药品安全、医疗服务、义务教育、环境保护、社会治安、证件办理、法律咨询、户籍管理、车管驾照、养老保险等方面。《民生 8331890 直播间》从 2016 年年底开始直播，截至 2020 年 10 月，共直播 366 场，其中 25 场为户外直播，共计观看人数 580 万人次，单次直播最高访问量 31.94 万人次。随着内容的不断丰富，参与受众的不断增加，社会影响力的稳步提升，《民生 8331890》正在成为政府的“代言人”、部门的“守夜人”、老百姓的“贴心人”。[1]

2.《民生 8331890》节目新媒体融合发展现状

随着时间的推移，《第一民生》栏目下的子栏目《民生 8331890》热线接听解答服务形式开始显得呆板，缺乏活力。在新媒体兴起的背景下，如何保持受众群体的长期活跃是《民生 8331890》热线节目面临的新挑战。因此，《第一民生》栏目组积极丰富节目服务形式和节目内容，融入新媒体服务，即直播功能。2016 年 12 月起，热线直播正式上线，以节目主持人现场直播的方式，将热线从单一的“听说”转变为“视听说”，使得节目受众能更好地与节目主持人互动，方便大家咨询。热线直播更注重与受众互动，除为百姓解决民生问题外，还加入了有趣的抽奖活动，提高了节目的娱乐性和受众粘性。2021 年 1-6 月，《民生 8331890》共直播近 48 期，观看人次达 120 万，每期平均 2.1 万人次，最高单期 4.7 万人次，通过直播总计为百姓解决问题 500 个。而且，随着节目形式和内容的丰富，参与直播的受众不断增加，节目的社会影响力逐步提升，解决的问题更加高效，平均每期解决问题提高到 15 个，每期观看人数多次超过 3 万人次。[2]

3. 传统媒体与新媒体融合发展存在的问题

3.1 新闻素材来源仍依赖热线电话

通过微博、微信、今日头条、抖音等新媒体平台收集新闻素材可以丰富新闻选题渠道，有利于及时制作相

关报道，但是也增加了验证消息真实性的难度。当前，微博和微信的报道方式已经被应用于《民生 8331890》节目的制作和传播中，但节目最主要的新闻来源仍然是热线电话。因此，与新媒体的融合在深度广度上依然欠缺，微博、微信、今日头条、抖音等新媒体平台在收集新闻素材方面的作用没有得到充分发挥。微博、微信、今日头条、抖音等新媒体平台的消息往往需要记者进一步核实，以确保消息来源的真实性。验证过程需要耗费大量的时间、人力和精力，所产生的验证结果也并不理想。电话热线新闻也有这个问题，记者同样需要亲自验证新闻信息，但是对比微博和微信来说，相对可靠。因此，为了提高工作效率，《民生 8331890》节目中选取的突发新闻主要来自热线电话，微信、微博、今日头条、抖音等新媒体新闻发布方式只是一种形式，并没有发挥其全部潜力。对比微信、微博、今日头条、抖音等新媒体曝光以及热线电话曝光方式可以看到，利用微信、微博、今日头条、抖音等新媒体收集新闻素材的速度优势明显。随着互联网技术的普及和网络实名制的持续推进，相信验证消息困难的问题最终将得到解决，电视台将能够投入更多的人力资源来收集新媒体新闻线索，深化与新媒体的融合，更好地发挥新媒体的作用。

3.2 媒介融合方式单一，创新不足

传统媒体与新媒体在信息传播方面具有各自的优势。传统电视节目主要以流行的视频形式为主。新媒体还可以在此基础上加入动态照片、直播、小程序等元素。多元化的传播方式可以增强新媒体对受众的吸引力，因此，传统媒体与新媒体的融合势在必行。目前，很多民生类新闻节目都在抢占新媒体阵地，而且由于节目上线时间短，发行模式不成熟，很多传统电视节目的官方微信仅仅是复制转发传统电视节目二次发行的内容。简单的“复制”和“粘贴”就代表了媒介融合，没有充分发挥新媒体平台的交互优势，没有在内容上继续创新，媒体整合的形式比较单一，缺乏整体的媒体管理思维。以《民生 8331890》为例，目前没有独立的微信公众号，也没有官方的微博账号。

3.3 推广力度欠缺，互动性较弱

在媒体融合的背景下，传统电视节目必须考虑到大多数观众的需求，因此无法个性化推送。新媒体的出现则可以弥补这个缺点。随着受众逐渐掌握传播主动权，如何获得他们的支持，如何增强受众黏性，是传统电视节目需要考虑的问题。《民生 8331890》虽然开通了微信直播平台，但推广方式仍然是在电视节目中张贴二维码信息或由节目人员人工分享，推广强度低，辐射范围窄，往往不能达到更好的广告效果。同时《民生 8331890》直播间每次都会鼓励观众回答问题，提供线索，也有观众每天留言，但整体上节目组与观众互动热度不够，通常在节目尾声才会公布获奖观众，工作人员对观众的提问反馈较慢。[3]

3.4 缺乏专业的新媒体运营人员

吕梁广播电视台目前的新媒体运营团队，无论是人员数量还是专业能力方面都不能满足新媒体业务的需求。第一民生官方微信公众号推送的内容很多来自其他官方公众号或电视节目，新媒体运营人员所做的就是将其他公众号或电视节目的内容进行二次加工，缺乏真正原创的内容。《民生 8331890》栏目有自己的新媒体运营负责人，但具体管理维护主要由实习生完成。

4. 传统媒体与新媒体融合发展优化策略

4.1 加强内容创新

传统媒体在整合新媒体的实践中屡屡受挫，主要问题在于其制作方式落后。与央视、省级卫视相比，县市电视台在节目内容制作方式上存在更多问题。传统电视媒体考虑的指标不仅仅是用户的需求，而新媒体是以用户为中心的媒体传播系统，用户的需求是第一位的。吸引用户最直接有效的方式就是通过内容。此外，传统电视媒体内部部门臃肿，分工不明确，频道栏目协作效率不高，缺乏有效管理是阻碍传统媒体与新媒体融合发展的重要因素。因此，首先要改变节目内容制作模式，加强内容创新，利用新媒体让优质的节目内容脱颖而出，释放节目的品牌潜力，尽量满足不同用户的需求。例如，可以根据节目的更新时间段和现有影响力创新节目内容;基于现有的节目内容衍生出的新的内容。其次，在媒体融合的背景下，传统新闻节目必须在符合新闻职业道德和标准的前提下，学会利用新媒体采集、编辑、播出新闻节目。例如，民生新闻是《民生 8331890》的重要组成部分。在搜集民生新闻来源时，节目组不仅可以通过热线电话收集线索，还可以利用微博、微信、抖音、今日头条等新媒体平台采集相关线索，并进行后续采访报道，从而持续创新节目内容。最后，传统电视媒体应该传播形式丰富的信息内容，包括各种格式的视频、音频、动画，为受众提供良好的用户体验。除在电视屏幕上及时传播外，还可以利用新媒体互动平台，如微博、微信与受众实时互动，增加用户评论、分享和转发功能，实现高效传播，扩大节目的影响力，树立品牌。

4.2 传播方式多元化

随着新媒体的兴起，传统电视媒体的传播方式得到了极大的丰富。同时，新媒体对传播时效性的不断追求使得新闻传播更注重在线交流。县市电视台的社会新闻必须明白这一点，在新闻传播方式上力求多元化，以实现媒体融合发展。[4] 传统新闻媒体不仅需要在电视屏幕上播放节目以吸引用户和创造话题，还应该通过互联网电视频道、微博、微信、App 客户端等新媒体平台传播节目信息，为观众提供更多的节目选择和收看自由，建立传统新闻媒体与互联网的连接，通过微博、微信实时推送满足受众的碎片化信息需求，更好地与粉丝互动;

例如，《民生 8331890》可以在民生热线和民生直播的基础上，增加微博、微信、抖音传播渠道，渠道是吸引和影响用户的关键，通过新媒体矩阵的建立，丰富节目的传播渠道和传播方式。但需要注意的是，应该避免微博、微信、今日头条等新媒体平台存在的新闻夸大、标题党等问题，不应为吸引流量、追求独家、劲爆而制作煽情媚俗的标题，以免损害节目的品牌形象，从长远的角度看待新旧媒体整合，加大新旧媒体整合力度，避免流于形式，从而充分发挥新媒体的传播优势。

4.3 立足本土服务，增强节目互动

首先，无论是网络电视、手机客户端，还是微信、微博平台都需要进行合理的运营才能达到吸引并留住受众的目的。《民生 8331890》作为一档地方类民生新闻节目，可以借鉴深圳电视台新媒体渠道的开发运营经验，以“为城市服务，为市民服务”为宗旨，推动日常节目的制作，更要利用传统媒体的影响力，为当地观众服务，提供和当地受众密切相关的公共交通、路况、出租车、缴费、娱乐、房产等信息，还可以适当增加政府部门提供的大数据为当地受众提供及时优质的民生新闻信息服务，利用大数据满足用户更加个性化的需求，从而增强用户对节目的黏性。其次，新媒体时代，个体目标群体之间的信息交流变得更加便捷高效，不同平台的社交群体更加活跃，受众通过电视节目聚集在一起，成立自己的社交群体组织，找到归属感，从而增强受众粘性。《民生 8331890》可以建立和维护受众社群，从而提高节目知名度，使受众对电视节目的忠诚度增加，受众越活跃，节目信息的传播和推广效果越好。因此，作为媒体融合时代民生类新闻节目，需要用心经营自己的粉丝群，通过粉丝群获得人气，扩大影响力，增加观众对节目的忠诚度。例如，可以创建多个节目微信群，每个群组的小组负责人都是活跃度很高的热心观众或志愿者。节目工作人员每天与微信群组内的观众互动，分享最新节目和新闻，推广民生活动，使受众与节目主持人之间的互动更加畅通。同时微信群可以转化为巨大的市场，最大限度地利用这些社群组织，整合资源，不仅可以促进电视节目的推广和发展，而且可以产生更大的传播影响力。[5]

4.4 加强人才培养，完善人员管理

媒体融合时代的重点是融合，这不仅体现在节目内容的发行渠道和制作模式上，也体现在媒体从业者的观念和能力上。媒体融合是传统电视节目的创新方向和发展趋势。传统电视媒体人只有积极反思，才能与时俱进。首先，民生电视节目制作人要善于学习新事物，结合新媒体个性化、多元化、社会化的特点转变对节目制作的看法，更新自己的专业技能。除传统电视制作理念外，还需要具备大数据、网络设计、新媒体运营等相关知识。此外，媒体整合的理念应体现在人员管理体系中。传统媒体面临着新媒体人才快速流动、优秀团队建设难等问题。新媒体员工工资待遇偏低，导致人才引不来，留不住。首先，应加大人才培养力度。目前，《民生 8331890》的新媒体运营团队主要由电视编导和实习生组成。新媒体内容以电视节目为主，没有真正意义上的自主创新。因此，需要聘请和培养专业的新媒体运营人员，制定完整的人才培养推计划。同时，为了最大化传播效果，需要不断提高新媒体运营人员的新闻传播知识和技能。其次，应完善人员管理制度，包括人力资源的综合利用和有效管理。县市电视台的传统电视媒体普遍开通微博和微信，并初步尝试与新媒体融合。但是，各频道人员各自为战，难以形成协同效应。因此，需要整合利用现有新媒体人力资源，形成相互推荐，相互配合的局面，积极解决人员分工不明确、管理混乱的问题。此外，内部人员的有效管理和新媒体运营技能的提升至关重要，可以建立专门的新媒体事业部，实现新媒体人员的统一有效管理以及新媒体平台的统一运营，实行绩效工作制，有效调动新媒体运营人员的工作积极性。

结语

综上所述，新媒体的兴起冲击了传统媒体市场，尤其是县市电视台面临着收视率下降、经济效益递减的困境。因此，与新媒体的融合发展是传统电视媒体面临的重要变革和挑战。目前，我国县市电视台融合发展尚处于起步阶段，缺乏足够可以借鉴的成功案例，而且不同电视媒体的发展基础和环境不同，因此，县市电视台在融合发展过程中，必须根据自身发展条件和当地实际，选择适合自己的融合发展战略，从而在媒体融合时代获得发展。媒

参考文献

[1] 郑磊．传统媒体转型之路与新媒体融合发展研究 [J]. 科教导刊，2020（5）：159-160.

[2] 杨雁．新时期传统媒体与新媒体的融合发展研究 [J]. 传播力研究，2019（11）：80.

[3] 许晨曦．大数据背景下传统媒体与新媒体融合发展研究 [J]. 西部广播电视，2019（18）：8-10.

[4] 刘艳红．媒体融合背景下新媒体编辑再定位研究 [J]. 新闻研究导刊，2019（10）：136，138.

[5] 余霞．地方传统媒体与新媒体融合发展探讨 [J]. 传播力研究，2019（23）：84-84.

作者简介：刘晓梅（1970-），女，山西吕梁，吕梁广播电视台社会新闻部《第一民生》制片主任、主任编辑，研究方向：社会新闻工作。

（责任编辑：张晓婧）